

# GÉNERO Y PROGRAMACIÓN TELEVISIVA: EL CASO DE NITRO Y NOVA

**Beatriz González de Garay Domínguez**

Profesora FPU

Grupo Complutense de Estudios de Género y Representación Audiovisual.  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Universidad  
Complutense de Madrid. Avda. Complutense s/n. 28040 Madrid (España) -  
Email: [bgonzalezgaray@ccinf.ucm.es](mailto:bgonzalezgaray@ccinf.ucm.es)

**Juan Carlos Alfeo Álvarez**

Profesor contratado doctor

Grupo Complutense de Estudios de Género y Representación Audiovisual.  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Universidad  
Complutense de Madrid. Avda. Complutense s/n. 28040 Madrid (España) -  
Email: [icalfeo@ccinf.ucm.es](mailto:icalfeo@ccinf.ucm.es)

## Resumen

Nitro y Nova son dos canales del Grupo Antena 3 en la Televisión Digital Terrestre española. El primero está orientado por la cadena primordialmente a un público masculino, mientras que el segundo se dirige principalmente a una audiencia femenina. En este artículo se propone comparar la programación de ambos con el objetivo de averiguar qué tipos de contenidos televisivos se consideran masculinos y cuáles, femeninos en el contexto actual.

## Palabras clave

*Televisión, Género, Programación,  
Nitro, Nova, España*

## Key Words

*Television, Gender, Programming,  
Nitro, Nova, Spain*

## Abstract

Nitro and Nova are channels that belong to the Grupo Antena 3 and are broadcasted in the Spanish Digital Terrestrial Television. The first one targets men as its main demographic and the second one programming is geared towards women. The aim of this article is to compare both schedules in order to know what is considered male and female contents in present-day context.

Whereas “women’s channels”, and their study, have a longer tradition; a “men’s channel” is innovative and, therefore, and interesting research field.

The methodology consists of analyzing programming data of both channels during a week. The different kinds of contents, their quantity and schedule, are compared with traditional male and female programs. In this way, we can check if these contents refuse or support social stereotypes.

Mientras que los “canales para mujeres”, así como el estudio de sus contenidos, tienen una mayor tradición, la creación de un canal para hombres resulta novedosa y, por tanto, un interesante campo de investigación.

El planteamiento metodológico consiste en analizar los datos de programación de ambos canales recogidos a lo largo de una semana. Se trata de ver tanto la cantidad como el horario de emisión de los distintos tipos de contenidos y contrastarlo después con lo que tradicionalmente se ha considerado como propio del gusto masculino o femenino. De esta manera, podremos comprobar si la programación rebate o apuntala los estereotipos sociales.

## Introducción

¿Qué es femenino y qué masculino?, ¿qué es un hombre y qué una mujer? Cuestiones como éstas han sido planteadas tradicionalmente en los estudios de género y en su propio objeto de estudio, la sociedad. Estas categorías siguen marcando de forma aparentemente indeleble nuestras vidas. A pesar de las propuestas de corrientes de pensamiento como la llamada Teoría Queer, que apuesta precisamente por el borrado de dichas categorías, la dicotomía sexual está arraigada con fuerza en la sociedad actual<sup>1</sup>. Autores pertenecientes a este movimiento, como Judith Butler, tratan de evidenciar el carácter construido de los sexos y su función: reforzar un sistema *heteronormativo*.

En concreto, este artículo se centrará en el medio televisivo que, a través de estrategias comerciales como la creación de cana-

les específicamente dirigidos a un público diferenciado por su género sexual, nos permite estudiar la cuestión. Por un lado, se trata de ver cuál es el mapa mental de conexiones que se establecen entre un determinado contenido televisivo y un determinado género sexual, es decir, en qué piensa la sociedad, en este caso representada por los programadores televisivos, cuando se plantea que un programa, una serie o una película es para hombres o para mujeres. Por otro, se trata de comprobar si en el caso de los canales Nitro y Nova esa asociación refrenda o rechaza las convenciones sociales tradicionales. Y, por último, de plantear las posibles implicaciones, es decir, los modelos de comportamiento o de gusto que se transmiten en función del sexo.

## Objetivos

El objetivo principal del artículo es averiguar en qué aspectos el género sexual del espectador objetivo influye en la programación televisiva a partir de un caso concreto. Los objetivos específicos pueden resumirse en los tres siguientes:

1. Conocer la programación de los canales Nitro y Nova.
2. Compararlas estableciendo las similitudes y diferencias entre ellas.
3. Relacionar los datos con las convenciones sociales predominantes en lo referente al gusto femenino y masculino.

La hipótesis principal de este artículo es que, en nuestra cultura, lo femenino sigue asociándose a lo sentimental, lo irracional y lo doméstico; mientras que lo masculino es en gran medida sinónimo de fuerza, incluso violencia, y espacio público. Ambos estereotipos refuerzan una convención reduccionista que se entremezcla también con cuestiones de clase social y nivel cultural de unos espectadores que, no obstante, siguen teniendo la capacidad de decidir lo que ven.

## Metodología

La muestra escogida para el análisis propuesto en este artículo está compuesta por la programación de los canales Nitro y Nova durante una semana, en concreto, del 1 al 7 de noviembre de 2010. Los criterios de selección de la muestra responden a las siguientes justificaciones:

- La programación televisiva se organiza en franjas horarias que suelen repetirse diariamente salvo en el caso del fin de semana. Para obtener una muestra amplia y representativa se decidió seleccionar una semana completa.
- Las fechas elegidas no coinciden con una programación especial.

Durante la semana señalada se anotó el nombre de los diferentes programas emitidos y su horario de emisión. Para ello se utilizó la programación oficial que ofrece

Antena 3 a través de su página web ([www.antena3.com/programacion](http://www.antena3.com/programacion)) y se contrastó con la alojada en la página LaGuíaTV.com ([www.laguiatv.com](http://www.laguiatv.com)), ya que se observaron algunas carencias como, por ejemplo, la falta de concordancia entre el nombre del programa y la descripción del mismo o la ausencia de información en la franja de madrugada<sup>ii</sup>.

Una vez completada la ficha se establecieron categorías según el tipo de contenidos y en función de nuestro objetivo, para poder agrupar la información y analizarla. De esta manera, se fijaron etiquetas como “telenovela”, “serie”, “programa de cocina”, “talk-show”, etc.

Como ejemplo, reproducimos a continuación la ficha de la programación de un día:

Cuadro n° 1. Programación NOVA 3/11/2010

Hora	Programa	Tipo
0:30	Las Vegas	Serie
1:30	Astro Show	Programa tarot
4:00	Los ladrones van a la oficina	Serie
5:00	Farmacia de guardia	Serie
7:45	Casa de América	Programa cultural
8:30	El futuro en tus manos	Programa astrología/psicología
10:00	¿Qué me pasa doctor?	Programa salud
10:30	Champs 12	Telenovela
11:15	Tormenta en el paraiso	Telenovela
12:00	La traición	Telenovela
13:00	Lalola	Telenovela
14:00	Cocina con Bruno Oteiza	Programa cocina
14:30	Karlos Arguiñano en tu cocina	Programa cocina
15:00	Esta casa era una ruina	Programa casa
16:00	Pasión de gavilanes	Telenovela

Hora	Programa	Tipo
16:45	¿Dónde está Elisa?	Telenovela
18:00	La viuda de blanco	Telenovela
19:15	La Tormenta	Telenovela
20:15	El juramento	Telenovela
21:00	La dama de Troya	Telenovela
22:15	Boston Legal	Serie

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Antena 3 y LaGuíaTV.com.

Con la información recogida se empezó a sumar el número de horas dedicadas a cada tipo de contenido a la semana y en cada canal y a elaborar gráficos que permitieran observar tanto los géneros predominantes en uno y otro como las diferencias entre ambos. A partir de ahí el análisis de la información cuantitativa se ha vertebrado desde la perspectiva de la tradición académica de los estudios sobre la mujer, por un lado, y sobre masculinidad, por el otro.

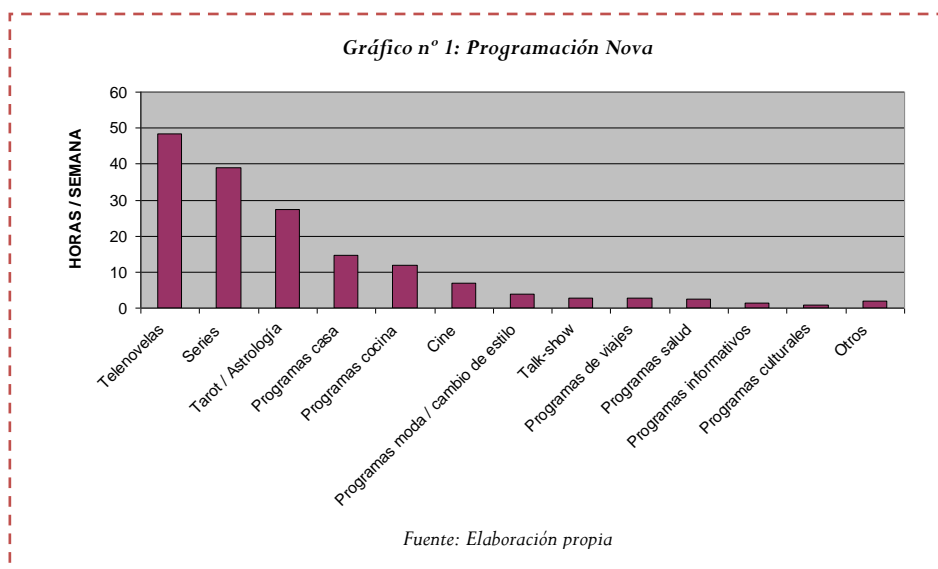
## 1. Nova: La programación de un canal “femenino”

Nova inicia sus emisiones el 30 de noviembre de 2005 como uno de los canales con licencia en el relanzamiento de la Televisión Digital Terrestre en España, después del fiasco de Quiero TV<sup>iii</sup>.

El canal, como reza la información corporativa del propio Grupo Antena 3 en su página web, atiende principalmente al *target* femenino<sup>iv</sup>. En este apartado y a través de los datos recogidos analizaremos qué tipo de contenidos predominan en su programación para comprobar el modo en

que las consideraciones sobre el género afectan a las parrillas televisivas.

El gráfico 1 muestra cómo el contenido predominante en la programación de Nova es la telenovela, que, a pesar de ser también una narración seriada, se ha representado escindida de la categoría “series” para poder apreciar su hegemonía. Resulta igualmente significativa la destacada presencia de programas de cocina y de casa por la tradicional vinculación de las mujeres a las tareas del hogar, así como los de moda, tarot y *talk-shows* por sus connotaciones de



irracionalidad y superficialidad respectivamente.

### 1.1. Telenovelas

La programación de Nova se basa fundamentalmente en las telenovelas, no sólo por la cantidad de horas semanales que ocupan (48'5) sino por el horario de emisión. El canal programa dos tandas diarias de telenovelas de lunes a viernes, la primera, entre las 10:30 y las 14:00 con la emisión de una producción argentina [*Champs 12* (América TV: 2009)], una mexicana [*Tormenta en el paraíso* (El canal de las estrellas: 2007-08)], una colombiana [*La traición* (Telemundo: 2008)] y una española [*Lalola* (Antena3: 2008-09)]. La segunda, entre las 16:00 y las 22:15 habitualmente, durante la cual se emiten *Pasión de gavilanes* (Telemundo/Canal Caracol: 2003-04), *¿Dónde está Elisa?* (Telemundo: 2010), *La viuda de blanco* (Telemundo: 2006-07), *La*

*tormenta* (Telemundo: 2005-06), *El juramento* (Telemundo: 2008) y *La dama de Troya* (Canal RCN: 2008-09). Por tanto, se aprecia que, aunque el *prime-time* está reservado a otro tipo de producciones, las telenovelas ocupan franjas horarias preferentes dentro de la programación. Asimismo, se observa que, aunque algunas se diferencien del resto por estar, por ejemplo, destinadas a un público juvenil (como en el caso de *Champs 12*) o ser de producción española (como en el de *Lalola*), la mayoría son producciones colombianas emitidas originalmente en Telemundo y relativamente recientes.

La telenovela ha sido uno de los grandes géneros populares estudiados desde la perspectiva de género por no tratarse sólo de relatos “sobre mujeres” sino también “para mujeres”. En esta línea se sitúan los ya clásicos análisis de autores como Jesús

Martín-Barbero, Charlotte Brunsdon, Dorothy Hobson, Christine Geraghty o Ien Ang<sup>v</sup>. Estos autores, y otros, analizan las telenovelas como textos creadores de ideología (que intentan descodificar) y a la vez como fuentes de placer (que quieren reivindicar).

A pesar de estudios académicos como los llevados a cabo por los citados autores y, en general, de la reivindicación de la cultura popular, la telenovela como género televisivo no alcanza el nivel de legitimación de otros contenidos. En este sentido, es asociada con las clases sociales populares y con un nivel cultural medio-bajo. Es evidente que la forma de programar de Nova nos está diciendo que se dirigen al grupo de espectadoras denominadas “amas de casa”, no sólo por las connotaciones que la telenovela tiene como género televisivo, sino por sus horarios de emisión y la incompatibilidad con un trabajo fuera de casa, lo que Martín-Barbero (1993: 53) denomina *habitus de clase*. Por tanto, desde el punto de vista de la programación, Nova sigue asociando a las mujeres con las tareas domésticas y los gustos melodramáticos, en contraposición con la estrategia comercial de otros canales televisivos también dirigidos a mujeres, pero que buscan un público más joven, urbano, de clase social más elevada o con un nivel cultural más alto, como puede ser el caso de *Cosmopolitan*.

A este respecto, Tosca (2011) desentraña lúcidamente las connotaciones de género presentes en el mundo de los videojuegos a

partir del análisis de la revista *Gizmpolitan*, que parodiando la anteriormente citada publicación femenina proporciona un espacio simbólico para contrarrestar los estereotipos.

## 1.2. Series

Las series de ficción no catalogadas como telenovelas también tienen un importante espacio en la programación de Nova.

Se pueden diferenciar dos tipos de estrategias de programación con respecto a las series en la muestra analizada. Por un lado, se emiten series españolas producidas por el propio grupo Antena 3 y que no son recientes. En la ubicación de estos contenidos se adivina una estrategia de programación que persigue el objetivo de rellenar los horarios de menos audiencia con productos propios por los que, por tanto, el canal no ha de pagar. Así, series como *Farmacia de guardia* (Antena 3: 1991-95) o *Los ladrones van a la oficina* (Antena 3: 1993-96) ocupan la franja de madrugada (de 4:00 a 5:30). Lo mismo ocurre con otras como *Manos a la obra* (Antena 3: 1998-01), insertada en la franja matutina del fin de semana o *Doctor Mateo* (Antena 3: 2009-), que, presumiblemente por ser actual, se ubica en el *late night* dominical. En estos casos la elección no parece responder tanto a la intención de llegar a un público femenino como a la mencionada rentabilización de los productos.

Un segundo grupo de series de ficción está compuesto por producciones extranjeras

recientes (principalmente estadounidenses) que se programan en horarios de máxima audiencia. En esta lógica de programación, *Las Vegas* (NBC: 2003-08) ocupa el *late night* de la mayoría de los días y en dos de las jornadas analizadas, se programan *Boston Legal* (ABC: 2004-08) y *The good wife* (CBS: 2009-). Mientras que en las dos primeras el componente de género sexual no parece tener especial relevancia en el planteamiento, en la tercera es básico incluso desde el propio título. Además de que la protagonista de la serie sea una mujer, la trama se centra en gran medida en las dificultades de conciliar los roles de esposa, madre y mujer trabajadora, por lo que puede conectar con un público femenino y ahí parece radicar una de las principales causas de su elección por parte de Nova.

### 1.3. Programas

En la misma línea argumentativa expuesta respecto a la programación de las telenovelas, los programas emitidos por Nova reflejan la intención de llegar al grupo de público objetivo denominado “amas de casa”. Es este sentido, predominan los programas de cocina (*Cocina con Bruno Oteiza*, *Karlos Arguiñano en tu cocina* y *Pesadilla en la cocina*) y los que están relacionados con el mantenimiento y cuidado de la casa (*Bricomanía*, *Esta casa era una ruina*, *Esta casa era una ruina EEUU*, *Hogar, sucio hogar* y *Mi casa es la mejor*). Además, el componente de clase y nivel cultural se pone de mani-

fiesto de nuevo en la inclusión de los programas de tarot que, a pesar de situarse en franjas horarias de poca audiencia, tienen un peso significativo en cuanto a las horas semanales que ocupan. Cabe destacar igualmente la inclusión de programas de moda y cambio de estilo como *Yo dona*, *El armario de Josie y Fiona*, *te necesito*, que apuntan al imperativo de belleza y cuidado al que la mujer se ve inducida en la sociedad contemporánea.

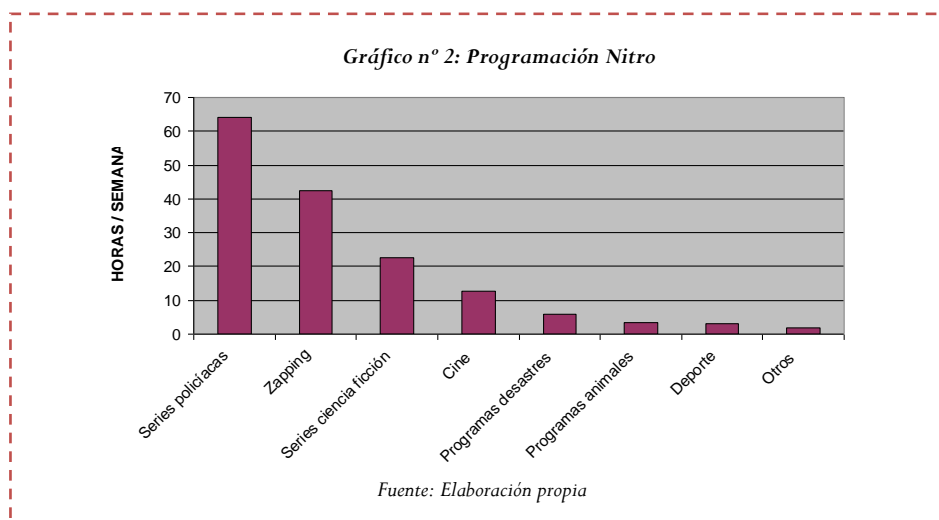
### 1.4. Cine

A pesar de que tan sólo se emiten tres películas en el período analizado, resultan significativas porque su temática y género no están tan vinculados, como otros tipos de contenidos emitidos, a lo que tradicionalmente se ha considerado del gusto femenino. Quizá la cinta más próxima a los patrones sea *Patch Adams* (Tom Shadyac: 1998) por su componente sentimental. Sin embargo, tanto *American Beauty* (Sam Mendes: 1999) como *La mitad oscura* [*The dark half*] (George A. Romero: 1993) se distancian más. En la primera, a pesar de contar con personajes femeninos relevantes, la crisis de los cuarenta del protagonista vertebró gran parte de la trama. *La mitad oscura*, por su parte, se aleja definitivamente del modelo, ya que es una película de terror, un género tradicionalmente visto como masculino, convirtiéndose en una de las oposiciones al estereotipo más significativas de la muestra.

## 2. Nitro: La programación de un canal “masculino”

Las emisiones regulares de Nitro comienzan el 23 de agosto de 2010. El canal en abierto venía a completar la oferta de Antena 3 en la TDT, formada por Neox, centrada en la audiencia infantil, y Nova, en la femenina. "Lo que queremos, por ejemplo, en el caso de Nitro es reducir un poco el desnivel que existe a favor de las mujeres. No funcionamos por estereotipos, así que esta nueva parrilla no va a estar dominada

por las artes marciales, los deportes de contacto en directo ni ‘la noche Playboy’”, aseguraba Bernd Reichart (*La Vanguardia*, 16/07/2010), director de canales digitales del Grupo Antena 3. No obstante, ¿qué tienen en común los principales contenidos del canal? Veamos a continuación un gráfico (nº2) en el que se disgregan los tipos de programas predominantes en Nitro de la muestra analizada.



Como se observa en el gráfico, predominan las series policíacas, seguidas de programas de “zapping”, es decir, elaborados con fragmentos de otros contenidos televisivos. Sin embargo, la importancia de estos últimos es reducida dado que son emitidos de madrugada y es plausible, por tanto, suponer que sirven como relleno de una franja horaria con muy poca audiencia potencial. A continuación, más de veinte horas semanales se dedican a series de ciencia ficción,

un género tradicionalmente asociado al público masculino. El cine, los programas de desastres, de animales y los deportes completan la programación del canal. Se observa, en consecuencia, que el nexo de estos contenidos es precisamente la acción e incluso la violencia, que tradicionalmente se han opuesto a la pasividad y sumisión de la mujer. En este sentido y a continuación desgranaremos en concreto los programas incluidos en la programación de Nitro. La



parrilla de programación de lunes a viernes del canal suele estar compuesta por los siguientes programas (cuadro n° 2), con la variación de los contenidos emitidos en *prime time*.

**Cuadro n° 2. Programación NITRO 2/11/2010**

Hora	Programa	Tipo
0:00	Más allá del límite	Serie
1:30	Life on Mars	Serie
2:00	TV ON	Zapping
8:00	Zoorprendente	Programa animales
8:30	Impacto total	Programa
9:30	Más allá del límite	Serie
11:00	Pacific Blue	Serie
14:30	Rush	Serie
15:30	Cine: Venganza en la cumbre	Cine
17:00	Colombo	Serie
18:45	Expediente X	Serie
20:15	Sin rastro	Serie
22:15	24	Serie

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Antena 3 y LaGuíaTV.com.

## 2.1. Series

Dos géneros predominan en la ficción serial de la programación de Nitro: el policíaco y la ciencia ficción. En concreto, durante la semana analizada se emiten un total de diez series policíacas diferentes: *Life on Mars* (BBC: 2006-07), *Pacific Blue* (USA Network: 1996-00), *Rush* (Network Ten: 2008-), *Colombo* [*Columbo*] (NBC: 1971-1978; ABC: 1989-2003), *Expediente X* [*The X Files*] (FOX: 1993-02), *Sin Rastro* [*Without a Trace*] (CBS: 2002-09), *24* (Fox: 2001-10), *Ashes to ashes* (BBC: 2008-10),

*Flashpoint* (CTV/CBS: 2008-) y *Ley y orden* [*Law & Order*] (NBC: 1990-2010).

Por otro lado, se emiten dos series de ciencia ficción: *Más allá del límite* [*The Outer Limits*] (Showtime: 1995-99; Sci-Fi: 1999-02) y *Stargate Atlantis* (Sci-Fi: 2004-09). Además, en algunas de las series catalogadas como policíacas se puede ver la hibridación con el género de la ciencia ficción. Este es el caso de series como *Life on Mars* (BBC: 2006-07), su secuela *Ashes to ashes* (BBC: 2008-10) o *Expediente X* [*The X Files*] (FOX: 1993-02), que combinan la estructura narrativa procedimental policíaca con los elementos sobrenaturales.

Ambos géneros han sido tradicionalmente considerados del gusto masculino. En ellos predomina la acción, se desarrollan principalmente en el mundo exterior, más que en la privacidad del hogar, y suelen dar poco peso narrativo a las tramas sentimentales. Además, la mayoría de las series mencionadas están protagonizadas por hombres: Jack Bauer en *24*, Colombo en la serie homónima, Sam Tyler en *Life on Mars*, etc. Cuando no lo están, tienen un reparto protagónico plural como en el caso de *Pacific Blue*, *Expediente X* o *Sin Rastro*, pero en ninguna hay una protagonista femenina única. Este factor puede ser leído desde el punto de vista de la recepción como uno de los elementos que favorece la identificación del público masculino y, a la vez, como un reflejo del imaginario social en el que la fuerza, la protección y el papel heroico está reservado a los hombres.

Ya desde los años 70 y 80, las mujeres empezaron a ocupar papeles protagónicos en series policíacas como las estudiadas *La mujer policía* [*Police Woman*] (NBC: 1974-78) y *Los Ángeles de Charlie* [*Charlie's Angels*] (ABC: 1976-81), con el reverso de la lectura de estar condicionadas por su atractivo sexual, o la fundacional *Cagney & Lacey* (CBS: 1982-88). Si bien es cierto que en los últimos años muchas de las ficciones seriales policíacas y sobrenaturales están protagonizadas por mujeres, baste citar los ejemplos de *Buffy*, *cazavampiros* [*Buffy, the Vampire Slayer*] (WB: 1997-01, UPN: 2001-03) y *The Closer* (TNT: 2005-); sin embargo, ninguna serie de este tipo se incluye dentro de la programación de Nitro. Por tanto, aparte de que los géneros narrativos concuerden con supuesto gusto del público objetivo al que se dirigen, también buscan la identificación primaria con sus protagonistas, de la misma manera que Nova lo hace con series como *The Good Wife*.

## 2.2. Cine

Durante la semana analizada se emiten un total de ocho películas: *La batalla de las*

*Ardenas* (Ken Annakin: 1965), *Bajo control* (Anthony Hickox: 2005), *Venganza en la cumbre* (Steven James Creazzo: 2010), *Miedo helado* (John Carl Buechler: 2003), *Milagro en la guerra* (Marcus Cole: 1997), *El guerrero rojo* (Richard Fleischer: 1985), *Emmanuelle 2* (Francis Giacobetti: 1975) y *Al filo de la medianoche* (J. Lee Thompson: 1983). El género de dichos filmes revela también la estrategia de programación del canal, cinco pueden ser catalogadas como películas de acción, una bélica, un drama y una película erótica.

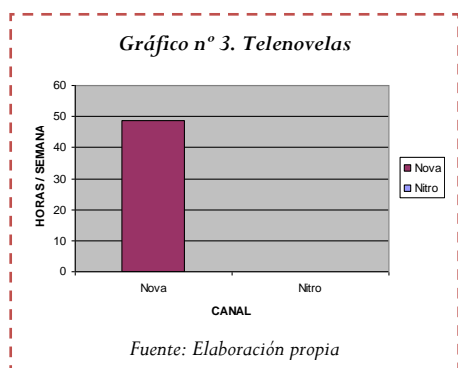
## 2.3. Programas

Asimismo, la mayoría de los programas del canal tienen como componente temático la violencia. Espacios como *Impacto total*, *Pesca radical* o *100 maneras de morir* ejemplifican la apuesta del canal por los contenidos vinculados de alguna manera con la agresividad y la fuerza. Sin despegarse de esta línea temática, en la muestra analizada también se encontró un programa deportivo, *Frontón*, y otro de animales, *Zoorprendente*.

# 3. Telenovelas contra acción: El género en la programación televisiva

Tras analizar la programación de Nitro y Nova por separado, compararlas nos permitirá profundizar en las diferencias entre los contenidos “femeninos” y los “masculinos”. En primer lugar, observamos que,

mientras que las telenovelas son los contenidos predominantes en la programación de Nova, en Nitro no tienen sitio (gráfico n° 3).

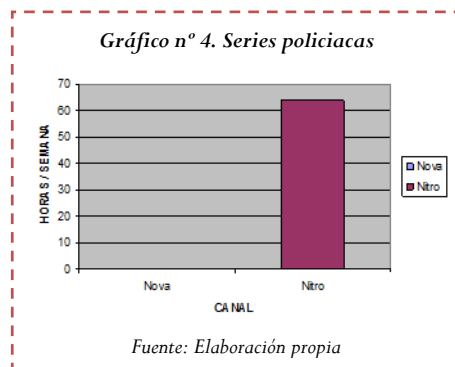


Por otro lado, el género predominante en la programación de Nitro es el de las series policíacas. Sin embargo, en Nova no se emite, durante la muestra escogida, ninguna ficción serial de esta temática (gráfico n° 4).

No sólo ocurre con estos contenidos, sino que ninguno de los programas, series o películas que se emiten en uno de los canales se repiten en el otro. La división entre hombres y mujeres ha hecho que históricamente ambos conceptos se haya construido por contraposición al otro, de forma que la utilización de contenidos diferentes puede corresponderse con la propia intención de oponerse al “otro”.

Por otro lado, mientras que en Nitro la ficción es el macrogénero predominante, de hecho, apenas se emiten programas; en Nova, estos tienen más peso en la programación. Esto, unido a la gran cantidad de

horas que ocupan las telenovelas, hace que la programación tenga un perfil más bajo en cuanto a “calidad” de los contenidos.



Estos resultados concuerdan con los mostrados en otras investigaciones sobre cómo el género sexual influye en el consumo televisivo. Así, por ejemplo, Bermejo y Núñez (2008: 15) aseguraban: “Nuestros resultados indican que los hombres tienen mayor tendencia a valorar las series de acción, mientras que las mujeres se inclinan más por las series en las que predomina la otra dimensión interior, de interacción social mediante la palabra (y ciertos tipos de afectos)”. En la misma línea, Lema Trillo (2004: 282) afirmaba que “[a]unque parezca un tópico continua existiendo el gusto femenino por el mundo de los sentimientos y el gusto masculino por la acción y el mundo exterior”.

## Conclusiones

En un contexto televisivo como el actual, en el que la audiencia televisiva tiende a estar cada vez más fragmentada debido al incremento del número de canales y a la aparición de nuevos soportes para ver los contenidos televisivos, las diferencias de género sexual resultan en muchos casos clave en la configuración de las parrillas de programación. Si, como plantea la Teoría Queer, el género e incluso el sexo están plenamente contruidos, el hecho, por un lado, de crear canales específicamente dirigidos a una audiencia en función de su género sexual es una forma de edificar el propio concepto de género, de definir lo que es propio de los hombres y de las mujeres.

Por otro lado, la actividad de ver un canal u otro supone, siguiendo el concepto de performatividad de Judith Butler (2001: 58), la obtención de una determinada identidad sexual. Es decir, las mujeres no ven determinados programas por el hecho de serlo (categoría que ya en sí misma la Teoría Queer niega), sino que “son mujeres” por el hecho de verlo, en otros factores de construcción social del sexo. Asimismo, en esta fractura dual de la sociedad existen connotaciones con respecto a la orientación sexual de los espectadores porque, como se pregunta Butler (2001: 38), “¿[e]n qué medida logra estabilidad y coherencia la categoría de las mujeres sólo en el contexto de la matriz heterosexual?”.

Teniendo en cuenta estos postulados y analizando los resultados obtenidos en el estudio de los canales Nova y Nitro, podemos concluir lo siguiente:

- La división social de sexos se ve reflejada, en el contexto televisivo, en la creación de canales dirigidos a un determinado público que se escinde según su género sexual: o bien masculino, como en el caso de Nitro, o bien femenino, como en el de Nova.
- En Nova predominan las telenovelas y los programas relacionados con las tareas del hogar, el tarot o la moda. Por tanto, el gusto femenino se relaciona con la sentimentalidad, el mundo de lo privado e incluso la superficialidad.
- En Nitro predominan las series policíacas, de ciencia ficción y el cine de acción. Por ende, el gusto masculino se vincula a la fuerza, la acción y el mundo de lo público, de lo externo.
- Lejos de presentar conceptos reformulados o actualizados de la definición del género sexual, la parrilla de los canales Nitro y Nova reafirma una visión tradicional: la mujer se encarga de las tareas del hogar y su ámbito de acción es el privado, mientras que los hombres han de mostrarse proactivos y fuertes.

Sin quitar un ápice de autonomía a los espectadores, que tienen la capacidad de navegar en este conjunto de significados simbólicos sobre el género sexual y rein-

terpretarlos desde su individualidad, parece ajustado asegurar que las lógicas imperantes en la consideración social de los conceptos de hombre y mujer tienen su reflejo en los contenidos televisivos. A su vez, estos contenidos crean o refuerzan determinados patrones de comportamiento y de expresión identitaria de género. En el caso concreto de las programaciones analizadas en este artículo, los canales Nova y Nitro reafirman una definición estereotípica o convencional de gusto femenino y masculi-

no, reflejando, pero a la vez reforzando, el imaginario social. Que las categorías existen porque son necesarias parece obvio, que la creación de éstas tiene una raíz sociocultural a veces puede olvidarse a favor de un pretendido alegato de lo natural y/o lo biológico. Por eso, desentrañar los significados implícitos en el proceso de clasificación dentro de un medio de socialización tan influyente como la televisión, resulta especialmente relevante.

## Referencias

- Bermejo Berros, J. y Núñez Cansado, M. (2008). Valores y actitudes de los espectadores de series de ficción televisiva. *Actas del I Congreso de la AE-IC: Investigar la Comunicación*.
- Butler, J. (2001) [1990], *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, Buenos Aires: Editorial Paidós Mexicana S.A.
- De Paz, A. R. (2010, Julio, 16). Las teles insisten en la audiencia femenina. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.es/ciudadanos/noticias/20100716/53965484307/las-teles-insisten-en-la-audiencia-femenina-antena-3-tdt-telecinco-la-sexta-la-2.html> (27/12/2010).
- Grupo Antena 3, "Antena 3 TV: Televisión de nueva generación". Recuperado de <http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/detalleFicha.do?titularFicha=Antena&idFicha=2674111&headingleTitle=Detalle-empresa&opcLeft=empresasGrupo&language=1> (13/11/2011).
- Jorge Alonso, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona: Icaria.
- La Vanguardia (27/04/2002). *La disolución de Quiero TV crea divergencias entre sus accionistas*. Recuperado de <http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/2002/01/11/pagina-11/33966037/pdf.html> (19/01/2011).
- Lema Trillo, Ava Victoria (2004). *Los modelos de género masculino y femenino en el cine de Hollywood, 1990-2000* (Tesis Doctoral).
- Martín Alegre, S. (2008, Noviembre). Mujeres y ciencia ficción. *Observatori de les dones en els mitjans de comunicació*. Recuperado de [http://www.observatoridelesdones.org/articles\\_pdf/Sara\\_Martin.pdf](http://www.observatoridelesdones.org/articles_pdf/Sara_Martin.pdf) (27/12/2010).
- Martín-Barbero, J. (1993). La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana.
- Mazziotti, N. (comp.) (1993) *El espectáculo de la pasión: Las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Editorial Colihue. pp. 43-62.
- Nieva de la Paz, P. (coord.) (ed.) (2009). *Roles de género y cambio social en la literatura española del siglo XX*. Amsterdam: Rodopi.

Peñarín, C. y López, P. (coords.) (1995). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*. Madrid: Dirección General de la Mujer, Instituto de Investigaciones Feministas, Universidad Complutense

Tosca, S. (2011). Gizmopolitan. O cómo reconciliar la femineidad y los videojuegos. *Revista Icono14 [en línea]* 1 de enero de 2011, Año 9, Volumen 1. pp. 03-20. Recuperado de <http://www.icono14.net/monografico/gizmopolitan> (20/01/2011)

#### **Cita de este artículo**

GONZÁLEZ DE GARAY DOMÍNGUEZ, B. y ALFEO ÁLVAREZ, J.C. (2011) Género y programación televisiva: el caso de Nitro y Nova. *Revista Icono14 [en línea]* 1 de Octubre de 2011, Año 9, Vol. Especial, pp. 396-409. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>

---

#### **NOTAS**

<sup>i</sup> Poblaciones como las de los *hijra* en la India, Pakistan y Bangladesh, los *kathoey* en Tailandia, los *winkte*, las *ninauposkitzipxpe* o los *muxe* en América son ejemplos de sociedades en las que no sólo se reconocen dos sexos y/o dos géneros.

<sup>ii</sup> La proliferación de canales en la Televisión Digital Terrestre ha propiciado que los periódicos no incluyan en su versión impresa la programación de todos ellos, lo que dificulta la labor investigadora de hemeroteca.

<sup>iii</sup> El 30 de junio de 2002 las emisiones de la plataforma de pago Quiero TV cesan tras dos años como consecuencia de la disolución de la compañía por parte de los accionistas, que consideraron que “las condiciones actuales hacían inviable continuar con la explotación de la concesión del servicio público de televisión digital terrestre” (La Vanguardia, 27/04/2002).

<sup>iv</sup> “NITRO encaja en la familia de canales del Grupo al dirigirse preferentemente al público masculino, mientras que Nova atiende al otro principal target: las mujeres” (Página web grupo Antena 3).

<sup>v</sup> Algunas de las obras más significativas de estos autores en el estudio de la telenovela son: Martín Barbero (et al.) (*Televisión y melodrama: Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*, 1992); Brunsdon (*Screen Tastes: Soap Opera to Satellite Dishes*, 1997; *The Feminist, the Housewife and the Soap Opera*, 2000); Hobson (*"Crossroads": Drama of a Soap Opera*, 1982) y Ang (*Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, 1985).